

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *VIRTUAL GOODS* DI SITUS DAN
APLIKASI CODASHOP**

**(STUDI PADA KONSUMEN *VIRTUAL GOODS GAME ONLINE MOBILE
LEGENDS: BANG-BANG*)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Anisa Senja Ramadhania

201410160311239

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA (*PRICE*), DAN KUALITAS LAYANAN
ELEKTRONIK (*E-SERVICE QUALITY*) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *VIRTUAL GOODS* DI SITUS DAN
APLIKASI CODASHOP**

**(STUDI PADA KONSUMEN *VIRTUAL GOODS GAME ONLINE*
MOBILE LEGENDS: BANG-BANG)**

Oleh:

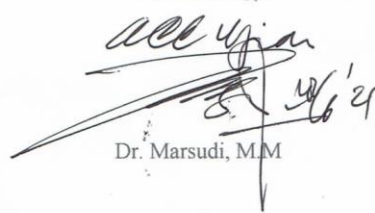
Anisa Senja Ramadhania

201410160311239

Malang, 18 Juni 2021

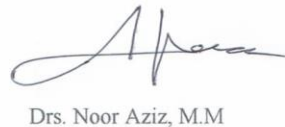
Telah disetujui oleh:

Pembimbing I,



Dr. Marsudi, M.M

Pembimbing II,



Drs. Noor Aziz, M.M

SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIRTUAL GOODS DI SITUS ATAU APLIKASI CODASHOP (Studi Pada Konsumen *Virtual Goods Game Online Mobile Legends: Bang-Bang*)

Oleh :

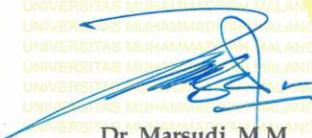
Anisa Senja Ramadhania

201410160311239

Diterima dan disetujui
pada tanggal 14 Juli 2021

Pembimbing I,

Pembimbing II,

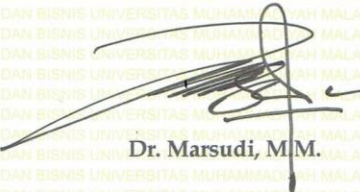

Dr. Marsudi, M.M.


Drs. Noor Azis, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,


Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIRTUAL GOODS DI SITUS ATAU APLIKASI CODASHOP

(Studi Pada Konsumen *Virtual Goods Game Online Mobile Legends: Bang-Bang*)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Anisa Senja Ramadhania

NIM : 201410160311239

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 14 Juli 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

Penguji II : Yeyen Pratika, S.E., MBA.

Penguji III : Drs. Noor Azis, M.M.

Penguji IV : Dr. Marsudi, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Marsudi, M.M.

1.

2.

3.

4.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Anisa Senja Ramadhania

NIM : 201410160311239

Program Studi : Manajemen

Surel : anisasenjaramadhania@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 14 Agustus 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Anisa Senja Ramadhania

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian *Virtual Goods* Di Situs Dan Aplikasi Codashop (Studi Pada Konsumen *Virtual Goods Game Online Mobile Legends: Bang-Bang*)” ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Teiring do’a dan sholawat semoga senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Fauzan, M.Pd sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Ibu Dra., Idah Zuhroh., MM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Dr. Marsudi, M.M sebagai Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak Dr. Marsudi, M.M sebagai dosen pembimbing 1 dan Bapak Drs. Noor Aziz, M.M sebagai dosen pembimbing 2.
5. Teman-teman Manajemen E angkatan 2014 dan teman-teman seangkatan.

6. Oppa Jojo, Saperi, Billy, dan Mba Desni yang selalu ada membantu disaat penulis kesusahan.
7. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada orang tua dan keluarga tercinta yang telah mendukung dan mendo'akan dalam perkuliahan.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

Billahittaufiq Wal Hidayah.

Malang, 14 Agustus 2021

Anisa Senja Ramadhania

DAFTAR ISI

COVER	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I	
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	5
3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
3.1. Tujuan Penelitian	6
3.2. Manfaat Penelitian	6
3.2.1. Manfaat Praktis	6
3.2.2. Manfaat Teoritis	7
1. Penelitian Terdahulu	8
2. Landasan Teori	11
2.1. Keputusan Pembelian	11
2.1.2. Harga	13
2.1.2.1. Tujuan Penetapan Harga	14
2.1.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	15
2.1.2.3. Persepsi dan Sikap Atas Harga	15
2.1.2.4. Indikator Harga	16
2.1.3. Produk	17
2.1.3.1. Barang Virtual (<i>Virtual Goods</i>)	17
2.1.4. <i>E-Commerce</i>	18
2.1.4.1. Kualitas Layanan Elektronik (<i>E-Service Quality</i>)	18
3. Kerangka Konsep	20

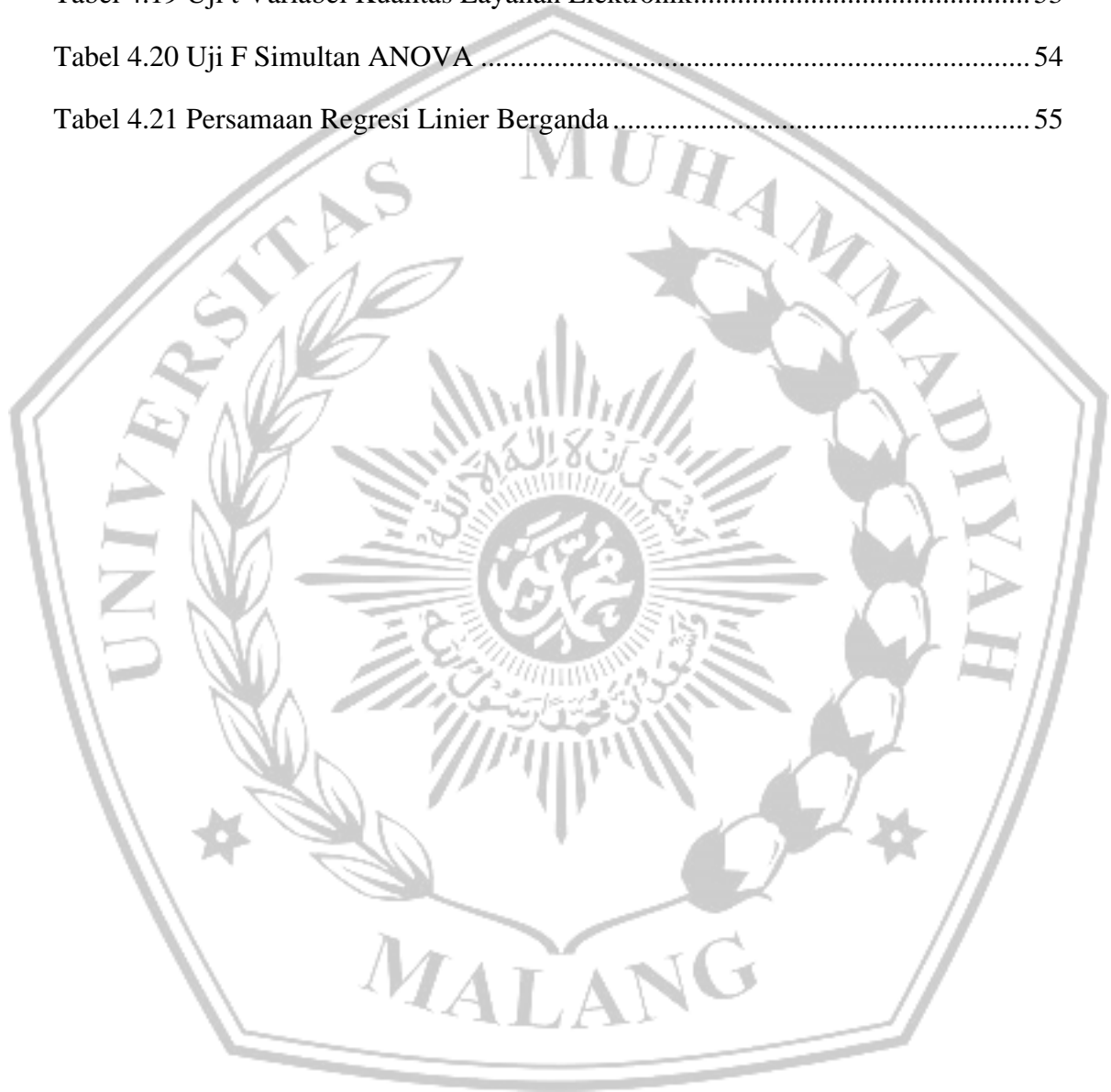
4. Hipotesis	21
1. Ruang Lingkup Penelitian	24
2. Jenis Penelitian	24
3. Populasi dan Sampel	24
3.1. Populasi	24
3.2. Sampel	24
4. Variabel Penelitian	25
4.1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	25
4.2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	26
4.3. Definisi Operasional Variabel	26
5. Alat Pengukuran Data	29
6. Jenis dan Sumber Data	30
7. Teknik Pengumpulan Data	30
8. Uji Instrumen	30
8.1. Uji Validitas	30
8.2. Uji Reliabilitas	31
10. Analisis Regresi Berganda	33
11. Uji Asumsi Klasik	33
11.1. Uji Normalitas	33
11.2. Uji Heteroskedastisitas	34
11.3. Uji Multikolinearitas	34
11. Uji Hipotesis	34
11.1. Uji T (Uji Parsial)	34
11.2. Uji F (Uji Simultan)	35

12. Uji Dominan.....	36
1. Gambaran Karakteristik Responden	37
2. Tanggapan Responden Terhadap Masing-Masing Variabel	41
2.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	41
2.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan Elektronik	43
2.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	45
3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.1 Uji Validitas	47
3.2 Uji Reliabilitas	48
4. Uji Asumsi Klasik.....	48
5. Analisis Regresi Berganda.....	50
6. Uji Hipotesis.....	52
6.1 Pengujian Hipotesis Secara Persial (Uji t)	52
6.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	54
6.3 Uji Dominan.....	55
7. Pembahasan.....	55
1. Kesimpulan.....	63
2. Saran	64
3. Keterbatasan Penelitian	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Codashop periode Juli-Desember 2020.....	1
Tabel 1.2 Traffic Codashop berdasarkan Negara.....	1
Gambar 1.1 Aplikasi Codashop	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Gambar 2.1 Kerangka Konsep	8
Tabel 3.1 Definisi Operasional	24
Tabel 3.2 Pengukuran Data	24
Tabel 3.2 Rentang Skala	24
Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Game</i> Yang Dimainkan	37
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Di Situs Atau Aplikasi Codashop	37
Tabel 4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	40
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	41
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan Elektronik ..	43
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50

Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi	50
Tabel 4.17 Persamaan Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.18 Uji t Variabel Harga.....	52
Tabel 4.19 Uji t Variabel Kualitas Layanan Elektronik.....	53
Tabel 4.20 Uji F Simultan ANOVA	54
Tabel 4.21 Persamaan Regresi Linier Berganda	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aplikasi Codashop	1
Gambar 2.1 Kerangka Konsep	8



DAFTAR PUSTAKA

- Ajis, J., Hartono., & Adistya. D. 2020. “Pengaruh *Electronic Service Quality*, Dan *Price Perception* Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Spotify (Studi Pada Pengguna Aplikasi Spotify di Bandar Lampung)”. Jurnal Kompetitif Bisnis, Vol. 1, No. 3, hlm: 130-144.
- Amirullah, Widayat. 2002. Metode Penelitian Pemasaran. Malang : CV. Cahaya Press.
- Amirullah. 2002. Perilaku Konsumen Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Darmawan. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guo, Y., & Barnes, S. J. 2011. “Explaining Purchasing Behavior Within World of Warcraft.”. Journal of Computer Information Systems, 52(3), 18–30.
- Ho, C.H., & Wu, T.Y. 2012. “Factors Affecting Intent To Purchase Virtual Goods in Online Games”. *International Journal of Electronic Business Management*, 10(3), 204–212.
- Husein, U. 2000. Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ilyas, Y. 2018. “Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Teknologi *E-Commerce* Terhadap Keputusan Untuk Menggunakan Layanan Go-Jek Di Wilayah Kecamatan Cibinong.”. *Economicus*, Vol. 12, No. 1. e-ISSN: 2615 – 8078.
- Ivpl. 2020. “Genap Empat Tahun, Mobile Legends Sukses Raup Keuntungan Besar” <https://ivpl.co.id/news/mobile-legends-sukses-raup-keuntungan/>. [diakses pada 29 Oktober 2020].
- Kotler, P., & G. Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & G. Armstrong. 2014. Principle of Marketing Edisi 14. Ebook: Pearson.

- Kotler, P. 2006. Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, P. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi ke-13. Jilid 1. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Lehdonvirta, V. 2009. "Virtual item sales as revenue model: identifying attributes that drive purchase decision." Journal of Helsinki Institute for Information Technology, PL9800, 02015TKK, Finland.
- Lupiyoadi, R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat.
- McLeod., & Pearson. 2008. Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: Salemba
- Muhammad Hawin.k., M.Hufron., & Aleria Irma Hatneny. 2020. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus konsumen Grab di Kelurahan Pakis Jajar Kab Malang)". e – Jurnal Riset Manajemen, hlm: 19-30.
- Muslim, A., W. 2019. "Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup". Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, Vol. 6, No. 2, hlm: 145-162.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml dan Arvind Malhorto. 2005. E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. Journal of Service Research.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. 2014. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetyo, H.D., & Purbawati, D. 2016. "Pengaruh E-Service Quality dan E-Security Seals Terhadap E-Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce". Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 5, No. 2.
- R Lupiyoadi, & RB Ikhsan. 2015. Praktikum Metode Riset Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahmadanni. M., Nuringwahyu. S., Hardati. R. N. 2021. "Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka.com.". JIAGABI, Vol. 10, No. 1, Januari 2021, hal. 102-109, ISSN 2302 – 7150.
- Sanusi. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Swastha, B. 2008. Manajemen Pemasaran Modern edisi 2, Yogyakarta : PenerbitLiberty-Yogyakarta.

Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.

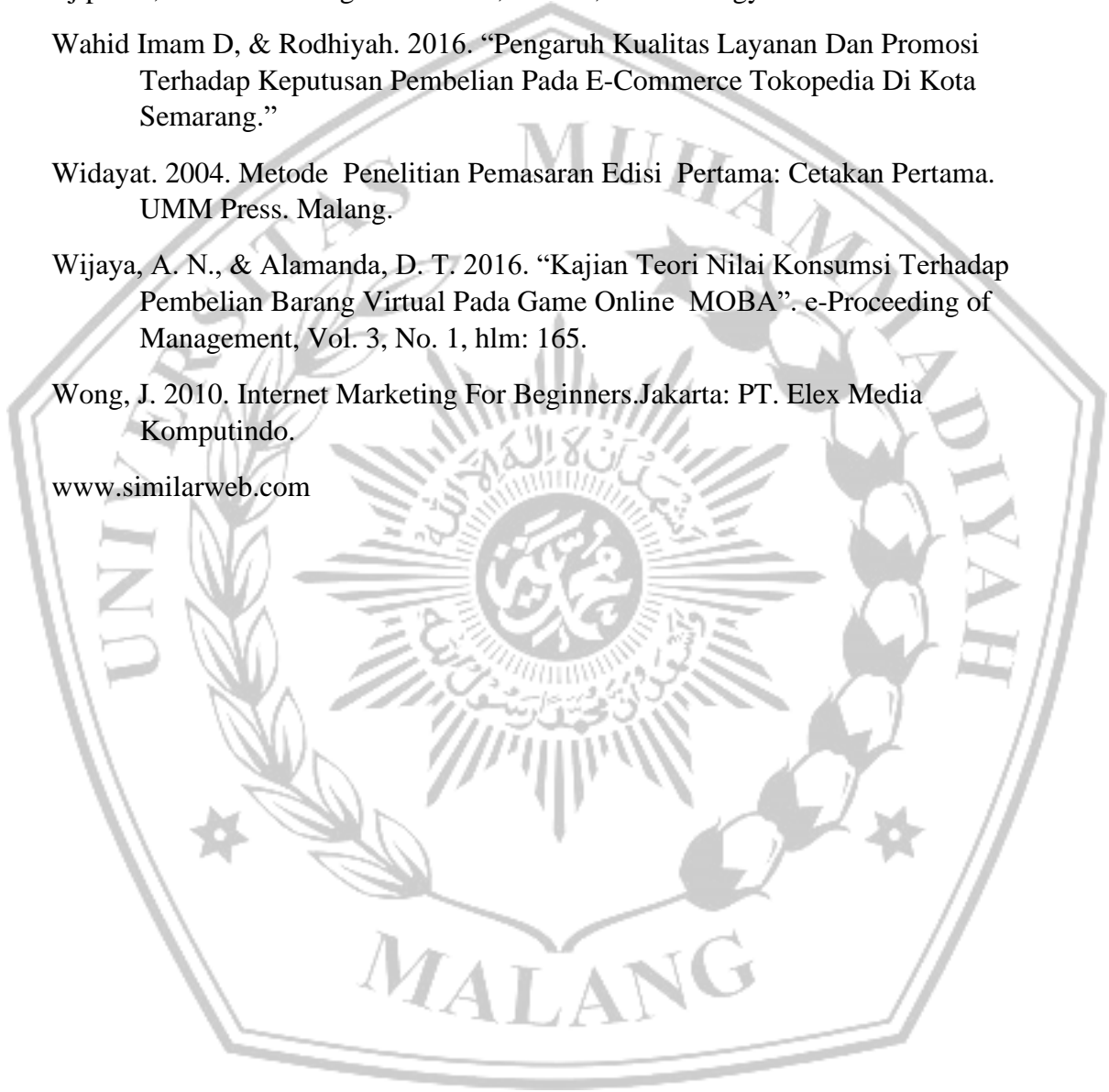
Wahid Imam D, & Rodhiyah. 2016. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Semarang.”

Widayat. 2004. Metode Penelitian Pemasaran Edisi Pertama: Cetakan Pertama. UMM Press. Malang.

Wijaya, A. N., & Alamanda, D. T. 2016. “Kajian Teori Nilai Konsumsi Terhadap Pembelian Barang Virtual Pada Game Online MOBA”. e-Proceeding of Management, Vol. 3, No. 1, hlm: 165.

Wong, J. 2010. Internet Marketing For Beginners. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

www.similarweb.com



PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIRTUAL GOODS DI SITUS DAN APLIKASI CODASHOP

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.unib.ac.id

Internet Source

4%

2

www.scribd.com

Internet Source

3%

3

digilib.unila.ac.id

Internet Source

3%

4

ejournal3.undip.ac.id

Internet Source

3%

5

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

3%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

Off